

**PEMBENTUKAN IDENTITAS *BRANDING* FOTOGRAFI
PRE-WEDDING KARYA CAROL KUNTJORO : PENGKAJIAN
PROSES KREATIF**



Disusun Oleh:

Ganys Herdwiliana Buhori

1210628031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017**

**PEMBENTUKAN IDENTITAS *BRANDING* FOTOGRAFI
PRE-WEDDING
KARYA CAROL KUNTJORO: PENGKAJIAN PROSES KREATIF**

Ganys Herdwiliana Buhori

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan pembentukan identitas branding fotografi *pre-wedding* yang dimiliki oleh Carol Kuntjoro dengan menelusuri proses kreatif tahapan pembuatan karyanya. Adapun yang menjadi latar belakang penelitian ini adalah, semakin pesatnya perkembangan dunia seni fotografi, membuat fotografer harus memiliki ide dan wawasan yang luas agar karyanya dapat diterima khalayak. Dengan proses kreatif, fotografer dapat menuangkan ide, gagasan dan daya kreasinya dalam sebuah media foto. Proses kreatif itu sendiri mempunyai tingkat kontribusi yang tinggi dalam penciptaan sebuah karya foto, yang tidak hanya memiliki nilai jual, namun juga memiliki esensi jati diri pembuatnya. Tahap pembuatan karya-pun tidak lepas dari pembentukan karakter dalam karya foto, yang juga masuk dalam ranah proses kreatif yang merupakan tahap yang melahirkan identitas *branding*.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif dan mengacu pada pendapat narasumber dan hasil observasi di lapangan. Fotografer Carol Kuntjoro yang merupakan objek penelitian ini menggunakan kamera berjenis analog dan *rangefinder* untuk menciptakan karya fotonya.. Dia menanamkan jati dirinya kedalam foto yang telah menjadi ciri khas di dalamnya. Proses editing dan pemilihan kamera dapat mempengaruhi Carol dalam membuat identitas *branding*. Tidak hanya itu, penanaman kepribadian Carol Kuntjoro juga menjadi hal yang vital dalam pembuatan tiap karyanya dalam hal pembentukan ciri khas. Dia menyebut dirinya sendiri sebagai fotografer mood yang menangkap emosi pelanggannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Carol memiliki *brand* dalam fotonya, yakni nuansa *monochrome*, blur, tidak mengutamakan *background* dan/atau kostum serta tata rias, lebih mengutamakan pergerakan dan interaksi objek yang dibidiknya.

Kata Kunci: Pembentukan Identitas *Branding*, Proses Kreatif, Carol Kuntjoro.

***FORMING BRAND IDENTITY OF PRE-WEDDING PHOTOGRAPHY
BY CAROL KUNTJORO: CREATIVE PROCESS ASSESMENT***

Ganys Herdwiliana Buhori

ABSTRAK

This research aims to describe the formation of branding identity Pre-wedding photography whom owned by Carol Kuntjoro by tracing the stages of creative process of making his work. As for the background of this research is, the more rapid the development of art photography wolrd, the more photographers have to have broad ideas and insights, so their works can be accepted by audiences. With the creative process, photographers can pour ideas, concepts and creativity in a photograph. The creative process itself has a high level of contribution in the creation of a photo work, which is not only has a sale value, but also has the essence of identity of the photographer. The stage of making a work also can not be separated from the formation of characters in the photograph, which is also included in the creative process that make branding identity.

This is a descriptive-qualitative research type and refers to the opinion of interviewees and observation result in the field. Photographer Carol Kuntjoroas the object of this study using an analog type camera and a rangefinder to create his photographs. He instilled his identity Into the photo that has become his characteristic. The editing process and camera selection can influence Carol in creating the identity branding. Not only that, the cultivation of Carol Kuntjoro's personality is also being a vital thing when making each of his works in terms of

making his characteristic. He calls himself as a mood photographer who captures his customers' emotions.

The results of this study shows that Carol has a brand in his photo. They are monochrome nuance, blur, not prioritizing background nor costumes as well as makeup, also preferring the movement and interaction of the captured objects.

TAGS: Formation of Branding Identity, Creative Process, Carol Kuntjoro.

Latar Belakang

Secara harfiah fotografi dapat diartikan sebagai teknik melukis dengan cahaya. Fotografi merupakan gabungan ilmu, teknologi dan seni. Menurut Soedjono (2007:28-29) Karya fotografi dapat bermakna dokumentatif karena sifatnya yang dapat mengabadikan suatu objek atau peristiwa penting dengan kemampuan realitas dan detail visual yang memadai. Hasil reproduksinya yang tak terbatas baik jumlah maupun ukurannya memungkinkan sebuah karya fotografi dapat disebarluaskan dan disimpan sebagai acuan referensi data dan informasi yang bisa dipercaya bagi kepentingan masa depan. Di samping itu sebuah foto dokumentasi tertentu dapat menggugah rasa nostalgia terhadap kejadian masa lalu memberikan informasi tentang keadaan yang berlaku pada satu masa tertentu.

Perpaduan teknologi dan seni yang membuat diantara keduanya bisa menghasilkan karya yang mengagumkan tentunya dengan *skill* dan sentuhan proses kreatif dari sang fotografer. Maka dari itu proses kreatif sangatlah penting dimiliki oleh setiap fotografer yang ingin bersaing agar terus menerus menemukan inovasi-inovasi dalam karya-karyanya yang akan menghasilkan sebuah foto menjadi berarti.

Proses merupakan suatu tuntutan perubahan dari suatu peristiwa perkembangan sesuatu yang dilakukan secara terus-menerus (Soewarno, 2007:21). Menurut Supriadi dalam (Widia 2005:15) kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah

ada. Jadi proses kreatif itu adalah cara seseorang untuk melakukan perubahan-perubahan yang memiliki kegunaan, keindahan atau memiliki arti penting untuk melahirkan sesuatu yang baru dan relatif berbeda dengan yang telah ada. Dalam dunia fotografi sangatlah penting untuk melakukan proses kreatif, ketika para pelopor fotografi bereksperimen dengan berbagai upaya untuk menciptakan sebuah “gambar”, mereka tidak akan menyangka bahwa apa yang mereka upayakan dan eksperimenkan itu akan berdampak luas dalam kehidupan manusia.

Seiring perkembangannya kreatifitas dalam dunia fotografi, saat ini banyak fotografer yang menuangkan ide kreatifitasnya dalam berbagai cara salah satunya dalam foto *pre-wedding*. Pada jaman dewasa ini, pernikahan Indonesia mulai mengenal seni dalam tampilan foto pernikahannya. Selebar kertas yang berisi gambaran diri seseorang memperlihatkan secara jelas makna, kapan, dan di mana peristiwa itu terjadi. Banyak orang yang mengabaikan esensi sebuah foto. Padahal, tanpa disadari, sketsa tersebut menyimpan kenangan yang dalam 10, 20, bahkan 50 tahun mendatang tidak akan terlupakan.

Setiap kehadiran jenis fotografi karena tujuan penghadirannya memerlukan konsep perancangan yang bermula dari ide dasar yang berkembang menjadi implementasi praksis yang memerlukan dukungan peralatan dan teknik ungkapan kreasinya. Tidak tertutup kemungkinan bahwa setiap objek perlu dipotret beberapa kali dalam rangka eksperimentasi dengan berbagai jenis sudut pandang/*angle* maupun varian lensa dengan filter khusus dan paduan pencahayaan dan kecepatan

penutup rana berbeda (Soedjono, 2007: 7-8). Ini juga berlaku terhadap pemikiran fotografer komersil untuk meletakkan kreatifitasnya dan menjadikannya ciri khas. Dengan memanfaatkan teknik *lighting*, penggunaan lensa, pengambilan sudut gambar, konsep dan menggunakan kamera *single lens reflect* (SLR) atau kamera analog yang pada jaman modern seperti sekarang ini, dapat memaksimalkan karya foto menjadi khas, dan menjadikan karya fotonya mempunyai identitas.

Menurut (Mulyanto, 2008: 53-54) kamera SLR memiliki dua keuntungan dibandingkan dengan kamera digital, yaitu kualitas dan *range* warna. Dari segi kualitas resolusi, teknologi fotografi yang ditemukan pada awal tahun 1880 masih tidak kalah dengan teknologi terbaru pada kamera digital yang terbaik sekalipun saat ini. Sedangkan dalam segi *range* warna film sangat baik digunakan untuk menghasilkan warna yang dinamis dan dapat merekam cahaya *highlight* dengan baik seperti warna cahaya matahari, *sunrise*, maupun *sunset*. Oleh karena itu *range* warna pada film sangat penting saat merekam *image* pemandangan dan fotografi *landscape*. Reproduksi gambar film *base* juga sangat baik saat menggunakan teknik *long exposure*. Ditangan fotografer yang kreatif penggunaan kamera SLR dapat membentuk ciri khas di setiap karya fotonya, yang merupakan salah satu pembentuk identitas *branding* itu sendiri.

Seluruh unsur merek membentuk identitas merek, yang berkontribusi untuk menciptakan kesadaran dan citra merek. Jadi, identitas merek adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan produk tertentu, merupakan hal yang nyata dan menarik bagi indra. Identitas merek

mengambil unsur-unsur yang berbeda dan menyatukannya ke dalam sistem keseluruhan. Identitas merek adalah sekumpulan aspek-aspek yang bertujuan untuk menyampaikan merek, latar belakang merek, prinsip-prinsip merek, tujuan dan ambisi dari merek itu sendiri (Swasty, 2016: 90).

Begitu pula dengan bisnis dalam bidang fotografi yang digeluti oleh seorang fotografer wanita Carol Kuntjoro yang mengupayakan kreatifitas dalam setiap karya fotonya yaitu menggunakan kamera analog, khususnya dalam menghasilkan karya-karya foto *pre-wedding*. Ibu dari satu orang anak ini sudah menggeluti dunia fotografi kurang lebih selama lima tahun, ia memiliki identitas *branding* tersendiri yaitu dengan menggunakan kamera analognya ia menghasilkan karya-karya yang mempunyai ciri khas.

Dengan penjabaran yang telah dijelaskan diatas, menarik untuk dilakukan pengkajian terhadap bagaimana proses kreatif dari seorang fotografer wanita Carol Kuntjoro yang menggunakan kamera analognya untuk membuat suatu identitas *branding* melalui karya-karya foto *pre-wedding*, untuk bersaing di dunia fotografi yang semakin ketat dan teknologi yang semakin canggih.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut terdapat poin-poin permasalahan yang akan dikaji. Pengkajian ini akan meliputi:

1. Bagaimana tahapan-tahapan proses kreatif Carol Kuntjoro dalam membentuk identitas *branding* pada karya fotografi *pre-wedding*?
2. Apa saja identitas *branding* Carol Kuntjoro dalam karya fotografi *pre-wedding* yang ia ciptakan?

Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Mengetahui tahapan-tahapan proses kreatif Carol Kuntjoro dalam membentuk identitas *branding* fotografi *pre-wedding*.
- b. Mengetahui apa saja yang menjadi id
- c. entitas *branding* dalam karya fotografi *pre-wedding* Carol Kuntjoro.

2. Manfaat Penelitian

- a. Menambah wacana kajian analisis identitas *branding* dalam bidang fotografi *pre-wedding*.
- b. Sebagai bahan dan wawasan dalam citra *branding* karya foto dan sebagai rujukan ilmiah dalam kajian fotografi komersial bagi mahasiswa dan masyarakat luas.
- c. Dapat memberikan kontribusi kajian studi fotografi komersil, dan yang akan menekuni bisnis dalam dunia fotografi *pre-wedding*.

Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Metode atau cara merupakan satu hal yang sangat penting dalam suatu kegiatan penelitian dalam upaya mengumpulkan dan menganalisis data. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif yang disajikan dengan cara deskriptif. Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang yang diteliti (Moleong, 2010:6).

Langkah awal yang diambil dalam penelitian ini adalah mengamati semua karya Carol Kuntjoro dalam *instagram* dan *web*. Laman ini menampilkan hasil karya Carol Kuntjoro dari berbagai proyek. Langkah selanjutnya memfokuskan penelitian pada karya foto *pre-wedding* yang mempunyai identitas *branding* dari seorang Carol Kuntjoro.

2. Populasi dan Cara Pengambilan Sampel

Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah fotografi *pre-wedding* yang ada di laman *instagram* fotografer yang menciptakan karya tersebut yaitu @carolkuntjoro. Populasi yang diambil adalah karya fotografi yang *subject matter*-nya adalah *pre-wedding* kemudian diambil beberapa sampel dari populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu sampel ditarik dengan sengaja karena alasan-alasan diketahuinya sifat-sifat sampel tersebut dan memiliki ciri khas dari fotografer tersebut.

Penelitian ini mengambil sebanyak lima sampel yang terdiri dari dua foto hitam putih dan tiga foto berwarna. Ada pun alasan pengambilan sampel ini adalah pengamatan semua karya Carol Kuntjoro yang mengandung elemen visual yang kuat.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dokumen yang berkenaan dengan peristiwa atau momen atau kegiatan yang telah lalu, yang padanya mungkin dihasilkan sebuah informasi, fakta dan data yang diinginkan dalam penelitian. Dokumen bisa bersumber dari catatan, foto, rekaman video maupun lainnya.

Pendokumentasian data primer berupa karya foto yang telah diunggah pada media sosial instagram dengan akun miliknya @carolkuntjoro dan foto *behind the scene* bagaimana proses pada saat *photoshoot* tersebut.

Dokumentasi secara langsung dilakukan di lokasi pemotretan pada saat proses pemotretan. Keikutsertaan tim pada saat proses produksi meliputi Carol, *manager*, dan klien. Dokumentasi foto juga dilakukan saat sedang di rumah narasumber pada saat dilakukan wawancara dan proses editing Carol, serta dilengkapi dengan dokumentasi berupa *screen capture* proses penggunaan *software* saat editing berlangsung.

b. Studi Pustaka

Melakukan pengumpulan data yang berhubungan dengan proses kreatif dan ilmu fotografi. Dengan membaca literatur yang berhubungan dengan proses kreatif identitas *branding*, fotografi *pra-wedding* dan fotografi dasar. Juga mencari data dari situs-situs yang terkait dengan artikel Carol Kuntjoro. Metode studi pustaka akan dikaitkan dengan metode wawancara. Sehingga data yang didapatkan dari metode wawancara dapat disesuaikan dengan teori-teori yang berhubungan dengan proses kreatif dan ilmu fotografi.

c. Observasi

Observasi yang dilakukan berupa pengamatan langsung terhadap lima karya foto yang mempunyai ciri khas dari seorang Carol Kuntjoro di akun *instagram* @carolkuntjoro dan *web* www.pyaraphoto.com. Pada teknik pengumpulan data ini, dilakukan pencatatan terhadap temuan-temuan seperti teknik pengambilan gambar, ciri khas dari seorang fotografernya, warna dari foto-foto yang dihasilkan selama mengamati karya foto, kemudian dicek keabsahannya melalui wawancara, studi pustaka, dokumentasi yang berhubungan dengan objek penelitian.

Observasi juga dilakukan pada saat proses pemotretan berlangsung. Dari observasi tersebut peneliti berusaha mendapatkan data terkait dengan proses kreatif dalam mendapatkan identitas *branding* Carol Kuntjoro.

d. Wawancara

Wawancara menurut Moleong adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Ibrahim, 2015: 88). Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang tidak diperoleh melalui studi pustaka dan observasi. Pelaksanaan wawancara dilakukan dengan pihak-pihak bersangkutan, yaitu fotografer Carol Kuntjoro dan beberapa klien yang sedang ia tangani. Wawancara dilakukan melalui tatap muka maupun melalui komunikasi non-verbal yaitu melalui *WhatsApp*, dan *direct message instagram* yang langsung dengan Carol Kuntjoro. Untuk menyimpan data hasil wawancara oral digunakan *recorder* dari *handphone* yang divisualkan dan ditranskrip ke dalam tulisan.

Proses wawancara dilakukan secara formal dan informal, wawancara formal dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara terstruktur untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan, antara lain pertanyaan mengenai proses kreatif pembentukan *branding* dan tahapan pembuatan karya. Untuk klien dilakukannya wawancara informal dengan tidak mengajukan pertanyaan secara terstruktur, percakapan mengalir dengan membahas banyak hal, namun diusahakan untuk tetap fokus pada topik penelitian.

HASIL PENELITIAN

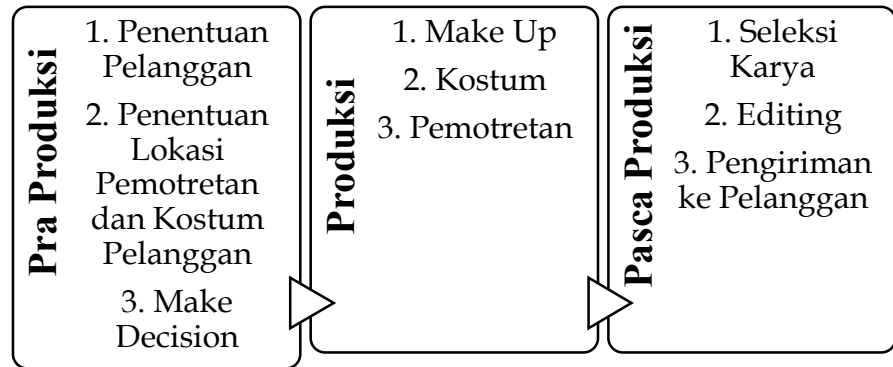
Tahapan Proses Kreatif Dalam Pembentukan *Branding*

Proses kreatif itu sendiri penting dalam dunia fotografi dan menjadi salah satu cara pembentuk identitas *branding*. Ada empat tahap dalam pembentukan proses kreatif yaitu, persiapan, inkubasi, iluminasi, evaluasi. Setiap tahap proses kreatif saling berkaitan satu sama lain dan sama pentingnya. Begitu pula dalam dunia fotografi semua tahapan proses kreatif harus dilewati bagi setiap para pembuat karya di bidang fotografi terutama dalam bidang komersial.

Proses kreatif untuk mendapatkan identitas *branding* itu sendiri bukan hal yang instan dan tidak bisa didapat dalam waktu yang sebentar. Menurut Carol (Wawancara, 2 Juni 2017) jika ingin membuat sesuatu yang mempunyai ciri khas membutuhkan proses yang panjang dan berlapis-lapis mulai dari masa kecil dan semua kehidupan kita. Setelah terbiasa terlibat dalam proses kreatif Carol mulai dapat melakukan improvisasi dalam karya-karyanya secara spontanitas.

Menurut Carol proses kreatif itu sendiri harus melibatkan *mood* dari fotografer, fotografer itu sendiri berpengaruh terhadap hasil karya yang ia kerjakan. Setiap fotografer selalu memiliki caranya tersendiri untuk membuat dirinya nyaman agar tidak merusak *style* atau ciri khas yang sudah melekat pada dirinya, itu juga berlaku kepada Carol yang membuat dirinya nyaman dengan cara minum-minuman beralkohol dan mendengarkan musik untuk menghipnotis dirinya agar *enjoy* pada saat sesi pemotretan. Menurut pengakuan Carol (Wawancara, 2 Juni 2017).

Dalam proses pembuatan identitas *branding* Carol melakukan tahapan sebagai berikut:



Analisis Karya Foto Carol Kuntjoro

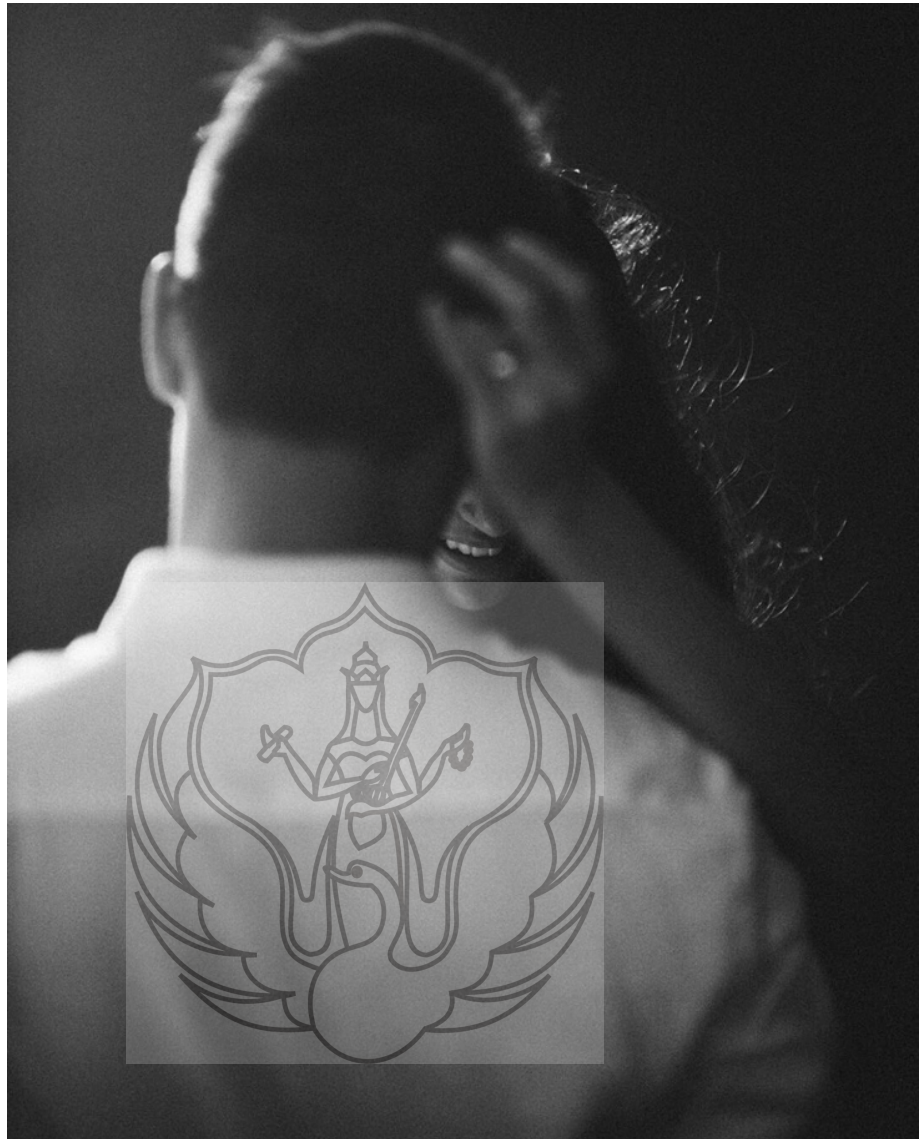
Carol Kuntjoro tidak memiliki konsep selama melakukan sesi pemotretan, semua hasil karya foto Carol berasal dari spontanitas olah pikirnya. Kelima karya Carol Kuntjoro ini, menggunakan kamera Contax 640 dan Leica m240.



Di dalam foto ini terlihat model yang berpasangan, dengan *background* pantai yang berlokasi di pantai Nyanyi Bali. Dalam sesi pemotretan ini menggunakan kamera Contax 640, lensa Carl Zeiss 80mm dan rol film Fuji Pro 400h. Pada saat pemotretan Carol sengaja membuat gambar ini *over* hingga empat stop, dikarenakan pada foto ini yang ia cari adalah warna *creamy* yang dihasilkan oleh film fuji. Semakin *over* hasil yang didapat semakin *creamy* pula citra yang ditampilkan. Carol mendapatkan warna ini dari proses laboratorium percetakan film di Bali, yang sudah menjadi langganannya dan mengerti tentang preset dan pengaturan foto Carol. Namun sebenarnya warna langit masih terlihat magenta setelah proses *editing* di laboratorium, lalu Carol merubahnya kembali pada proses *editing* menggunakan Lightroom CS 5 agar warna langit sesuai dengan keinginannya. Karena menurut Carol, ia menyukai foto yang jika terang, terang sekali dan jika gelap, gelap sekali. Jadi ia tidak menyukai foto yang menghasilkan warna tidak kuat.

Untuk pemilihan *angle* Carol dengan sengaja menyuruh pelanggan wanita untuk menghampiri pasangannya untuk memeluk, mencium pipi dari pasangannya. Tetapi momen yang ia ambil pada pemotretan ini adalah saat wanita tersebut jalan menuju pasangannya, karena disitu ada momen pergerakan dan ia menyukai momen yang tidak sempurna namun bercerita.

Untuk pemilihan kostum, Carol menyerahkan kepada pelanggannya. pelanggan tidak diharuskan memakai *dress* tetapi tetap harus dengan warna-warna baju yang monokrom dan *peach* yang sesuai dengan keinginan Carol.



Untuk pemotretan ekstrim *shoot* ini menggunakan kamera Leica m240 dan lensa *Noctillux* 50mm. Carol mengambil *timing* pada saat *golden hour* di pantai Nyanyi Bali, pantulan cahaya pada saat itu kuat jadi Carol memanfaatkan baju pelanggan pria yang berwarna putih sebagai *reflector* untuk memantulkan cahaya kepada pasangannya. Carol menjadikan senyum pelanggan wanita sebagai *point of interest* dikarenakan itu yang menarik perhatian dari pelanggan wanita.

Pada saat pemotretan Carol membebaskan pelanggannya untuk bergerak sesuai dengan kepribadian mereka, Carol tidak memiliki konsep yang mengharuskan ia mengambil *shoot* atau *angle* tertentu semua ia lakukan secara spontanitas.

Ada permainan gradasi pada gambar 4.4 ini, yaitu *over* pada bagian kiri dan *under* pada bagian kanan karena Carol menangkap *eksposure* normal pada bagian bibir pelanggan wanita tersebut. Masih dengan karakter Carol yaitu *grain* dan *blur*, untuk pemilihan warna pada foto ini menggunakan *black and white* dikarenakan ketika proses *editing* Carol mencoba mengaplikasikan *preset* berwarna pada foto tersebut, tetapi yang dihasilkan warna pada kulit pelanggan terlalu merah jadi ia memutuskan untuk menggunakan *preset black and white* selain alasan itu, menurutnya agar *mood* pada foto dapat tersampaikan.

PEMBAHASAN

Seorang Carol Kuntjoro dikenal sebagai fotografi *pre-wedding* yang memiliki konsisten dan idealis pada setiap pembuatan karyanya yang menjadikan dia memiliki ciri khas. Ciri khas pada setiap karyanya yang sekilas dilihat oleh mata adalah foto yang *blur*, *grain*, warna-warna yang *creamy*. tetapi menurut Carol ciri khas sebenarnya dari setiap karyanya adalah pembentukan *moodbuilding* pada pelanggan yang sudah melakukan proses pemotretan bersamanya, maksudnya pembentukan *moodbuilding* adalah hal setelah melakukan proses pemotretan pelanggan tidak hanya

mendapatkan foto tetapi pelanggan akan mendapatkan hubungan lebih baik lagi dengan pasangannya, *image* yang lebih baik lagi dari dirinya. Jadi ciri khanya pada saat sesi pemotretan yang membangun mood pelanggan yang pada ahirnya pelanggan dapat melihat dirinya dengan sisi yang berbeda.

Seperti yang dikatakan oleh Carol untuk membuat karya yang berciri khas dan berkarakter tahapan proses kreatif itu sangat penting, tahapan proses kreatif seorang Carol diambil dari pengalaman hidupnya. Melalui proses yang berlapis-lapis yang pada akhirnya proses itu membentuk ciri khas dan karakter foto dari seorang Carol Kuntjoro hingga sekarang

Penanaman kepribadian dalam karya foto itulah yang membuat karya foto Carol Kuntjoro berbeda dari yang lain. Pematangan melalui proses kreatif membuatnya dilirik dan memiliki *branding* dalam setiap karya yang dihasilkan. Ekspresi diri melalui medium fotografi seni bisa dicapai dengan berbagai cara, diantaranya dengan memilih objek-objek foto yang unik atau *one of a kind*, penggunaan teknik khusus baik dalam pemotretan maupun dengan teknik kamar gelap merupakan satu cara yang lain (Soedjono, 2007: 52). Objek foto yang dibidik Carol tidak selalu menampilkan wajah pelanggan yang jelas atau *background* lokasi yang indah. Carol lebih berfokus pada gerakan interaksi antar pelanggan pada saat sesi foto *pre-wedding*, yang menurutnya memiliki *soul* dalam fotonya. Proses *editing*nya pun dipikirkan matang, dilahirkan dari proses kreatif, yang mencitrakan foto over yang saat proses pencucian di kamar gelapnya telah melalui pengaturan yang diinginkan, jika Carol menggunakan Contax-nya. Saat penggunaan kamera Leica M240 berjenis *rangefinder*

pengeditan *softfile* dilakukan menggunakan perangkat lunak Lightroom CS 5, untuk menentukan warna yang nyaman di mata fotografer.



PENUTUP

Kesimpulan

Carol menciptakan *branding*nya bukan berdasarkan “ingin berbeda dari yang lain”, namun lebih kepada kenyamanannya saat berkarya cipta. Menurutny, mencari ciri khas membutuhkan waktu yang lama. Berikut adalah ciri khas dari karya foto Carol secara kasat mata:

1. Foto *Blur*: Menggunakan diafragma yang besar, *slow speed* dan menggunakan filter ND. Pengaturan gaya yang spontan, tidak terlalu kaku.
2. Warna Foto: *warm*, selalu mengatur *White Balance* pada aturan *shade* atau *cloudy*, memilih foto yang *over* atau *under*.
3. *Grain*: dihasilkan dengan proses editing dan penggunaan kamera analog.
4. Kostum: Bernuansa *Monochrom*, tidak terlalu tematik dan menyesuaikan dengan pencahayaan.
5. *Make Up*: *Natural*, minim penggunaan *make up*.
6. Gaya: Spontanitas, merekam pergerakan, merekam *gesture*.
7. Pengambilan Gambar: Ekstrim *shoot*, cahaya matahari tidak langsung terkena objek agar warna yang dihasilkan terkesan hangat, tidak terlalu merekam lokasi, *focus* kepada emosi klien.

Mempertahankan identitas *branding* sangat berguna dalam dunia fotografi. Idealis Carol dalam memilih klien tidak main-main hanya demi

tetap mempertahankan identitas yang tidak ingin ada campur tangan pihak manapun. Hasil buah pikiran dan keyakinan Carol mampu menciptakan pasar dalam karya fotonya.



DAFTAR PUSTAKA

Amir, Hamzah Sulaiman, 1982, Teknik Kamar Gelap untuk Fotografi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Handayaniingrat, Soewarno. 2007. Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen. Jakarta: Penerbit Gunung Agung.

Ibrahim. 2015. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabetha, cv.

Mulyanta, Edi S. 2007. Teknik Modern Fotografi Digital. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Soedjono, Soeprapto. 2007. Pot-Pourri Fotografi. Jakarta: Universitas Trisakti.

Swasty, Wira. 2016. Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.



